**Tatra banka**

**Tatra Academy – Mimozemšťan**

**Digitálna kampaň pre komerčné subjekty**

**ZADANIE**

Pripraviť online kampaň s cieľom:

* otvoriť 15 000 nových Študentských účtov
* zvýšiť brand awareness o tomto produkte.

**ZADÁVATEĽ**

Tatra banka, a.s.

**CIEĽOVÁ SKUPINA:**

* Deti / tínedžeri vo veku 15 – 25 rokov.

**IDEA**

Tatra banka je známa svojimi inováciami a pokrokovými technológiami. Študenti sú taktiež trendsetteri, ktorí sa ako prví adaptujú na nové technológie. Ako im povedať, že práve technologicky vyspelý Študentský účet v Tatra banke sa im bude páčiť?

V kampani na Tatra Academy sme sa rozhodli študentom vyspelú banku komunikovať cez rovnako vyspelú bytosť - mimozemšťana Sajfu (o Sajfovi je známe, že sa na nich podobá). Ako správna vyššia inteligencia používal Mimozemšťan všetky možné online formáty, ktoré používajú aj mladí. A že ich používal správne, dokazuje aj to, že sme kampaňou splnili ciel klienta, otvorili 15 000 Študentských účtov a ako bonus sme Tatra banku premenili na lídra v poskytovaní týchto účtov na Slovensku a pomohli jej prvýkrát v histórii predbehnúť doterajšieho lídra.

**EXEKÚCIA**

Stratégia a exekúcia kampane bola taktiež nadpozemská a úplne iná, ako býva štandardom pri kampaniach. Od klienta Tatra banka sme si **nechali schváliť „len“ kreatívny koncept. Jednotlivé kreatívy sme však vytvárali a optimalizovali DENNE na základe zozbieraných dát a ad hoc trendov.** Kampaň sa tak neustále vyvíjala podľa správania cieľovky a pribúdajúcich vychytávok v online.

Kampaň sme odštartovali **teasingovým videom** v štýle „ilumináti“, ktoré sa snažilo potvrdiť, že Sajfa je naozaj mimozemšťan, ktorý sa tu medzi nami prechádza. Toto video uverejnilo niekoľko médií, napríklad Refresher a odklik smeroval na nabrandovú stránku mimozemstan.sk, ktorá nám poslúžila ako báza pre remarketing.

V hlavnej časti kampane, ktorá bola rozdelená do dvoch vĺn (jarná a jesenná) sme pripravili sériu videí, v ktorých Sajfa cieľovej skupine priblížil, aké je to byť mimozemšťanom na Zemi. Ako sa vyrovnáva s naším jedlom, ako si nahrádza beztiažový stav, ako relaxuje, ako dokáže „len on“ platiť rukou a podobne. Zároveň sa cieľovej skupine prihováral aj prostredníctvom live streamov, ktoré boli veľmi populárne a fanúšikovia ho zasypali vždy množstvom otázok a **ako jeden z prvých na Slovensku realizoval novinku v live streame -** Akonáhle Facebook spustil možnosť live stream, mimozemšťan Sajfa ho už aj spúšťal a komunikoval na svojom Facebooku nadpozemskú stránku tatraacademy.sk. Samozrejme, nezabudol s tými, čo pozerali aj pokecať. Niektorým dokonca, zavolal.

Ostatné komunikačné kreatívy vznikali ad hoc na základe toho, čo cieľovú skupinu v tom danom okaminu bavilo – nadpozemské Snapchat filtre, Insta Stories, statusy, v ktorých text tvorili samé emoji a podobne**. Najdôležitejšie teda bolo, že sme pochopili myslenie cieľovej skupiny a zahodli sme egá túžiace po pekných vizuáloch a copy a priniesli sme im to, čo ich presvedčilo.**

Zároveň sa im po celý čas Sajfa Mimozemšťan prihováral aj prostredníctvom **chatbota**, kde ho najskôr fanúšikovia mali učiť správne „ po pozemsky“ a neskôr im pomáhal s úlohou vrámci Tatra Academy, či im pripomínal, aby sa zastavili v banke, lebo 30 € tam na nich nebude čakať večne. No fanúšikovia s ním riešili (a to nebolo v pláne) aj ich osobné problémy, problémy s láskou a niektorí si s ním zvykli písať už „len tak“, lebo mali pocit, že ich niekto počúvat, resp. číta ☺

Cieľom celej komunikácie bolo dostať cieľovú skupinu na web, kde museli prejsť 5timi zábavnými a veľmi jednoduchými úlohami, za ktoré vyzbierali 30 €, ktoré ich už čakali v banke. Stačilo si otvoriť účet.

Tým však „zábava“ neskončila. Pri otvorení účtu obdržali **unikátny Golden Ticket**, ktorý ich oprávňoval vstúpiť do **tajnej Secret Room** a tam hrať o nadpozemské ceny. Stačilo len pozvať do hry aj svojich priateľov.

Kombinácia zvolenej stratégie, použitých pre cieľovku relevantných nástrojov / kanálov, motivácie, jazyka komunikácie a exkluzivity (Secret Room) fungovala výborne.

**VÝSLEDKY KAMPANE**

* Web tatraacademy.sk zaznamenal ***844 218 návštev*** *od apríla do októbra 2017*
* Za 16 týždňov si mladí**s chatbotom** vymenili neuveriteľných ***1 600 000 správ,***  poslali **mu 69 794 obrázkov** a mal **open rate takmer 100%.**
* Len na Facebook reklamách sme zasiahli viac ako **¾ milióna mladých** a získali **vyše 30 000 reakcií, lajkov a zdieľaní**.
* NAJDÔLEŽITEJŠIE: Spolu s klientom Tatra banka a mimozemšťanom Sajfom sme **otvorili viac ako 15 000 Študentských účtov**, a tak nielen splnili cieľ, ale aj pomohli Tatra banke **po prvýkrát v histórii predbehnúť lídra a stať sa tak retailovou jednotkou na slovenskom trhu v segmente Študentských účtov.**